

LO QUE HAY DETRÁS DE LOS TÍTULOS

LOS TRES TÍTULOS Y SUS TRES FUNCIONES

Miguel Ángel DE LA FUENTE GONZÁLEZ
Universidad de Valladolid
E. U. E. de Palencia

RESUMEN

Podría afirmarse que hay tres tipos de títulos: el del autor, el del vendedor y el del lector. Sin embargo, antes de estudiar esta tipología, nos detendremos en la equiparación entre título y texto, y finalizaremos con tres casos prácticos de lectura a partir de sus títulos: una obra de François Sagan, la última novela de García Márquez y un artículo de Vargas Llosa.

ABSTRACT

We may affirm that there are three kinds of titles: author, seller, and reader titles. After some consideration between title and text, we will deal with the three kind of titles. To finish we will comment three practical cases about reading and titles: a roman of François Sagan, the last García Márquez novel, and an article by Vargas Llosa.

No sólo detrás de cada libro hay una historia; también la hay detrás de cada título. Otra cosa es que tengamos la posibilidad de conocerla o de imaginárnosla. Sin embargo, no todas las historias tienen el mismo interés, ni la importancia de una obra garantiza el que su título sea interesante. Por ello, nuestros ejemplos quizás no sean de obras famosas, aunque esto tampoco importe ahora demasiado. Además, aunque tendemos a atribuir una obra a cada título, y un título a cada obra, no necesariamente esto corresponde a la realidad, que siempre suele ser un poco más complicada. Comencemos, pues, por estas dos dudosas ecuaciones: Un título, ¿un texto? Un texto, ¿un título?

I. PRELIMINARES

1. UN TEXTO: ¿UN TÍTULO?

Tal parece en principio lo normal; sin embargo, hay que hacer, al menos, cuatro precisiones a tal ecuación.

1.1) Título primitivo y título definitivo. Puede cambiarse el primer título de un texto, por obra de su autor (variación de rumbo), del editor, del mercado (traducciones) o la censura. La comparación entre el título original y el definitivo suele dar mucho de

sí. Pondremos sólo un ejemplo. El libro de Dolores Franco (mujer de Julián Marías) *España como preocupación* se cambió por *La preocupación de España en su literatura*. Al respecto, Inmaculada de la Fuente (2001: 120) apunta que, en la época franquista, “unir *España y preocupación* con *Dolores y Franco* casaba mal”.

1.2) Título de la cubierta (externo) y de la portada (interior). Los bibliotecarios no utilizan el texto de la pasta o cubierta para fichar un libro, sino el interior (propiamente hablando, de la portada). Y es que no siempre coinciden. En la pasta suele aparecer un título y otros elementos que sirven para promocionar el libro. Por ejemplo, el título de un libro de Benjamín Prado (2001) figura así en la cubierta: *Los nombres de Antígona. Anna Ajmátova, Marina Tsvietáieva, Carson McCullers, María Teresa León, Isak Dinesen*; sin embargo, en su interior no aparece la relación de las cinco escritoras. También, el libro de Mercedes Salisachs (2003) *La palabra escrita* lleva en la cubierta el subtítulo *Radiografía de mis novelas* (aunque en la parte baja, y con un tipo de letra bastante pequeño); sin embargo, en el interior ya no figura.

1.3) Títulos escritos (oficiales) y títulos verbales (para uso práctico). Normalmente un título se simplifica al hablar, e incluso al pedirlo en una librería. Todo el mundo habla de *El Quijote* o de *Don Quijote*, sin embargo, el título real es más largo y complejo: *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*.

1.4) Título total y títulos parciales: Además del título de la portada (título total), suelen ser de gran importancia los títulos de los capítulos. Estos últimos son muy útiles, desde el punto de vista práctico, para tener una visión más detallada y completa, o para orientarnos al hacer una lectura selectiva (localizar algo). Compárense por ejemplo las memorias de García Márquez, *Vivir para contarla*, cuyos capítulos están simplemente numerados; y las de Caballero Bonald, *La novela de la memoria*, en realidad subtítulo común para cada una de las dos partes que las componen, y que posee su propio título: *Tiempo de guerras perdidas* (primera parte, de 1995) y *La costumbre de vivir* (segunda parte, de 2001). Además, después cada capítulo tendrá su propio título: «Vísperas dudosas», «Falta la vida, asiste lo vivido», «Los argumentos de la mirada», «La periódica necesidad de la incertidumbre» u «Olvidos aplazados», por poner algunos ejemplos de la segunda parte.

2. UN TÍTULO: ¿UN TEXTO?

Aunque el título sirve para identificar un texto (es su nombre propio), tampoco es constante la relación *un título: un libro*. Al menos existen cinco hechos que la cuestionan.

2.1) Títulos y textos definitivos, provisionales o adulterados. García Márquez (2004 I: 289) nos cuenta la azarosa edición de su obra *La mala hora*. Esta novela fue presentada a un concurso de la Esso Colombiana, y luego editada por la Iberoamericana de Madrid, “con una gran tirada y un lanzamiento estelar”: “empastada en cuero, con un papel excelente y una impresión impecable”. Sin embargo, precisa García Márquez, “el libro escrito en mi lengua de indio había sido doblado —como las películas de entonces— al más puro dialecto de Madrid”. Por ejemplo, el tratamiento de *usted* y *ustedes* (típico de Hispanoamérica) había sido sustituido por el de *tú* y *vosotros*. Y esto, que en principio, no parecía importante para un español, tenía, sin embargo, especiales repercusiones, pues, por ejemplo, el lenguaje de un personaje que era sacerdote, “el lector colombiano podía pensar que era un guiño del autor para indicar que el cura era español [caso no infrecuente en aquellas tierras], con lo cual se complicaba su comportamiento y se desnaturalizaba por completo un aspecto esencial del drama”.

Ante estas y otras alteraciones del texto, García Márquez se mostró implacable: “No me quedó otro recurso que desautorizar la edición por considerarla adulterada, y recoger e incinerar los ejemplares que aún no se habían vendido”. Posteriormente, la obra, “retraducida” y “corregida una vez más” (muchos autores nunca terminan de hacerlo), *La mala hora* fue publicada por la editorial Era, de México, “con la advertencia impresa y expresa de que era la primera edición” (García Márquez 2004 I: 290).

Tenemos, pues, dos versiones muy diferentes, con el mismo título. Este y otros casos, similares o de otra naturaleza, cuestionan la ecuación que comentamos: a un título puede corresponderle más de una obra.

Destino diferente tuvo otra novela del mismo autor, *La hojarasca*, que envió a la editorial Losada, de Buenos Aires, que la desechó. Esto dio pie a que García Márquez la hiciera una serie de correcciones y ajustes que tuvieron que dejar la novela seriamente transformada (García Márquez 2004 II: 208):

Eliminé un largo episodio de la protagonista que contemplaba desde el corredor de las begonias un aguacero de tres días, que más tarde convertí en “Monólogo de Isabel viendo llover en Macondo”. Eliminé un diálogo superfluo del abuelo con el coronel Aureliano Buendía poco antes de la matanza de las bananeras, y una treintena de cuartillas que entorpecían de forma y de fondo la estructura unitaria de la novela. Casi veinte años después, cuando los creía olvidados, partes de esos fragmentos me ayudaron a sustentar nostalgias a lo largo y a lo ancho de *Cien años de soledad*.

Sin embargo, lo que quedó de aquella poda siguió con el mismo nombre: *La hojarasca*.

Al respecto, pueden darse dos casos muy opuestos. Así, en alguna ocasión, alguien puede publicar un texto idéntico o mínimamente modificado bajo un título diferente; y el problema es si debemos considerarlo o no como un simple engaño.

O, por el contrario, puede mantenerse el título, aunque el texto haya sido modificado fundamentalmente. Tal es el caso, por ejemplo, del libro de Armas Marcelo Vargas Llosa, *el vicio de escribir* (Alfaguara 2002), a cuya segunda edición, el crítico Rafael Conte (2002: 7) le dedicó una reseña, que comenzaba así:

Aunque le honre el dato de que su autor, para no confundir a nadie, no haya cambiado el título de este libro, que permanece idéntico al que publicó en 1991 como si se tratara de una reedición sin más, de hecho es otro libro bastante diferente, pues en estos diez años han pasado muchas más cosas que le han obligado tanto a ampliarlo en casi un centenar de páginas nuevas, como a corregirlo a lo largo de las anteriores, lo que lo presenta como un libro nuevo de verdad, aunque la repetición del título también comporte cierta confusión, qué le vamos a hacer. De todas formas, esta nueva versión es mucho más completa y mejor que la anterior, quede aquí constancia de ello.

Quizás se mantuvo el título por considerarlo preferible (ya estaba consolidado y sonaba en el mercado), mejor que aventurarse a probar otro; además, quizás se pensó que la palabra “vicio” (todavía a estas alturas) podría crear cierto morbo en un mercado amarillista como el de hoy.

Otro caso es *El poder de la ciencia*, de José Manuel Sánchez Ron, reeditado en 2007, con “700 páginas más, así que prácticamente es un nuevo libro”, y donde, además, “la biomédica, por ejemplo, ocupa un lugar que no tenía en la primera edición”, según declara su autor (Vivas 2007: 42). Sin embargo, el título sigue igual. “Más que *El poder de la ciencia* debería haberse titulado *El poder y la ciencia*”, reconoce su autor; y puntualiza: “La ciencia no tiene tanto poder; lo tiene, pero son mucho más importantes las relaciones entre el poder político y el económico y la ciencia, que no es autónoma, sino que está muy mediatizada”. Sin embargo, y sin más justificaciones, se mantuvo: “Me pareció justo mantener el título de la primera edición”.

Pasando a otro caso, en este apartado entrarían también las coincidencias de título de la adaptación cinematográfica y del libro originario. Así ambos mercados se benefician mutuamente; aunque lo normal es que la película determine leer el libro y, quizás menos, al revés.

2.2) El mismo título para varios textos. Hay casos en que se repiten los títulos, aunque se podrá diferenciar por el subtítulo y por el autor. Así, hay al menos tres biografías tituladas igual: *Camilo José Cela*, de Giménez-Frontín (1985); *Camilo José Cela. Texto y contexto* (1958), de Gómez-Santos; y *Camilo José Cela (Acercamiento a un escritor)* (1962), de Darío Villanueva.

2.3) Títulos supervivientes o testigo. Los de textos perdidos (y no sólo antiguos), o los que se quedaron en proyecto (por abandono o muerte del autor).

2.4) Títulos patraña: Los que nunca tuvieron texto, títulos que son hijos de un bulo. Así, García Márquez nos cuenta (2004 II: 127-128) que, por haber cogido una pulmonía (dormía al sereno porque no le llegaba el dinero), tuvo que ir a recuperarse a casa de sus padres, y los compañeros del periódico, *El Universal*, se despidieron de él de una forma muy original: «con un editorial de despedida que me consagró como periodista y escritor de recursos maestros, y en otro como autor de una novela que nunca existió y con un título que no era mío: *Ya cortamos el heno*. Más raro aún, en un momento en que no tenía ningún propósito de reincidir en la ficción». Se curó la pulmonía, corrieron los años y García Márquez llegó a ser lo que es: «De todos modos, la novela imaginaria con el bello título inventado por Héctor [Rojas Herazo, compañero periodista] fue reseñada años después no sé donde ni por qué en un ensayo sobre mis libros, como una obra capital de la nueva literatura».

2.5) Títulos puros: Los que se crearon sin la intención de acompañar a ningún texto. Por ejemplo, ciertos chistes de Máximo, en *El País*, que representan portadas de libros inexistentes, con su correspondiente título (incluso autor y editorial). O, en el terreno literario, por ejemplo, Arturo Pérez-Reverte (2001: 415), ante el próximo (hoy ya pasado) centenario de *Don Quijote*, pronosticaba: «Surgirán numerosas propuestas alternativas, ciclos y cursillos y publicaciones sobre apasionantes aspectos inéditos de la cosa, con títulos como *Cervantes, intelectual orgánico*, por ejemplo, o *Espadas en alto (El antivasquismo español en los episodios del vizcaíno)*. Tampoco faltarán obras imprescindibles como *Don Quijote y Sancho salen del armario*, *Un best-seller sin futuro*, *Don Quijote, héroe franquista* —lúcido ensayo del crítico de *El País* Ignacio Echeverría—, o la inevitable *Guía CAMPSA de las ventas y castillos del Quijote*, prologada —por amor al arte— por don Camilo José Cela. Etcétera».

II. LOS TRES TÍTULOS DE UN LIBRO

Todo libro se enfrenta, al menos, a tres situaciones trascendentales: su creación, su difusión (venta, normalmente) y su lectura. Curiosamente, a cada una de estas situaciones podría corresponder también un título. Por ello, no es descabellado hablar de los tres títulos de un texto: el del autor, el del vendedor y el del lector. Y es que, aunque estos tres hipotéticos títulos, en algunos casos, se reducen a uno solo, no siempre es así; además de que sus circunstancias y funciones son muy diferentes, contrapuestas incluso; por ello, merecen comentario aparte.

1. EL TÍTULO DEL ESCRITOR

Un autor podría tener tres títulos: el inicial (no siempre), que precede a la escritura; el que está presente durante el proceso de escritura, que puede acomodarse a

los vaivenes creativos; y el final, el que queda cuando termina la obra, y que sería el que mejor se acomoda ya al producto definitivo. Aunque pueden coincidir, no siempre es así. Por ello, vamos a detenernos en cada uno.

El título puede ser lo primero que tenga el escritor. Así declara Mercedes Salisachs (2003: 98), que “varias han sido las novelas que, antes de saber cómo y qué iban a exponer, tenía ya su título bien asentado”.

Pero otros autores no lo tienen tan claro desde el principio; así, David Lodge (2006: 285-286) nos cuenta cómo Charles Dickens «apuntó catorce títulos posibles para la novela por entregas que planeaba empezar a comienzos de 1854». Al final eligió *Tiempos difíciles*, título «coherente con las preocupaciones sociales más amplias que hallamos en la novela terminada».

Más modernamente, cuando Arturo Pérez-Reverte publicó la primera novela protagonizada por el capitán Alatraste, hace diez años, ya «tenía escritos en una cuartilla los títulos de los siguientes capítulos [novelas] de la saga; era para él como una obligación, un reto que se había planteado, y que iba a cumplir a rajatabla», según escribe Juan Cruz (2006: 40).

El título puede ser el chispazo que atrapa a la inspiración. Tal es el caso de la obra *Derribos* de Mercedes Salisachs. La autora nos cuenta que tal palabra figuraba en un letrero que había en un solar frente al que pasaba con frecuencia y sentía su fascinación: “su presencia iba incrustándose en mi cerebro, como si me estuviera exigiendo que escribiera un libro con lo que estaba indicando. Y lo escribí” (Salisachs 2003: 98). Así, a partir de ese letrero y con tal título escribió su autobiografía.

Pero también puede servir para que una obra cuaje. La misma Mercedes Salisachs (2003: 96) advierte: “Aunque parezca un contrasentido, debo reconocer que muchos títulos de mis libros fueron los que me ayudaron a encontrar el desarrollo de todo el texto argumental”. Por ejemplo, para su proyecto de una obra que reflejara el ambiente franquista, significó mucho dar con el título: *Una mujer llega a un pueblo*. En ese momento, confiesa, “todo se me aclaró”:

Fuera dudas: el título de la novela debía ser precisamente lo que acababa de imaginar. Y lo que debía producirse en el relato iba a girar en torno a aquella mujer que al introducirse en el pueblo genera una cadena de conflictos propicios a desarrollar lo que yo pretendía decir a lo largo del texto. El resto (dentro de las dificultades de una novela tan complicada como aquella por la cantidad de personajes que circulan en la narración, fue, como se dice vulgarmente, “coser y cantar”.

Pero no fue éste un caso único. “Varias han sido las novelas que, antes de saber cómo y qué iban a exponer, tenían ya su título bien asentado”, afirma (Salisachs 2003: 97-98); y se refiere, concretamente, a *La estación de las hojas amarillas*, y *La sinfonía de las moscas*.

Pero también el título puede ser una especie de guía en el camino creativo, e indicar los límites que no se deben sobrepasar. Piénsese en el título de una tesis, por ejemplo, que supone acotar un campo muy concreto.

Por otra parte, la elaboración de un texto suele ser un proceso largo y accidentado; a veces, cuando el texto llega a su fin puede que hayan cambiado, por el camino, su objetivo y su primitiva esencia. En definitiva, que el título ya no le sirve. Así, García Márquez (2004B: 156) comenta: «Tuve que cambiar el título de *La casa* —tan familiar entonces entre mis amigos— porque no tenía nada que ver con el nuevo proyecto». Y no le faltaban sustitutos, porque había cometido «el error de anotar en un cuaderno de escuela los títulos que se me iban ocurriendo mientras escribía, y llegué a tener más de ochenta».

Al final le tituló empleando un término, “el más desdeñoso y a la vez compasivo con que mi abuela, en sus rezos de aristócrata, bautizó a la marabunta de la United Fruti Company: *La hojarasca*”.

A través del título, también se trasluce la relación del autor con el tema del texto. Así, los tres títulos sobre Cela que vamos a reproducir indican enfoques muy diferentes: *Cela mi padre* (1989), de Camilo José Cela Conde; *Cela: masculino singular* (1991), de F. García Marquina; o *Camilo de Camilos* (1991), de Rafael Flórez. En el caso de Borges, tenemos, por ejemplo, *El señor Borges*, escrito a partir de las declaraciones de Epifanía Uveda de Robledo (2004), que trabajó en la casa del escritor durante más de tres décadas (como empleada de hogar, diríamos); y la biografía que le dedicó María Esther Vázquez, “minuciosa y almibarada”, según Caballero Bonald (2001: 475), a quien su título, *Esplendor y derrota*, le parece “más aplicable a la idea de un boxeador que a la de un escritor”.

2. EL TÍTULO DEL EDITOR

Quizás podría considerarse lema del editor éste: «Por sus títulos los conoceréis [a los libros], compraréis y tal vez leeréis» (Alpuente 2006: 2). El editor suele reservarse el derecho a titular. Para él, lo importante es que un título atraiga para que luego se compre. Su objetivo es la venta, y el título puede funcionar de eslogan o anuncio. Aunque, además de las reglas comerciales, el editor debe tener en cuenta las que, en mayor o menor medida, rigen la sociedad en que se vende, por lo que podríamos hablar de cierta “censura” política, moral y religiosa, fundamentalmente.

La función del título es crear expectativas, y para tratar de adivinarlas, vamos a guiarnos por ciertos conceptos y sus opuestos, que nos servirán de parámetro. Concretamente, los siete siguientes: el espacio, grado de concreción, destinatarios, cortesía, conformismo, tabúes y originalidad.

2.1) El espacio: títulos extensos y títulos cortos. Si el título corto llega por su concentración y agudeza, el largo dispone de más espacio para la información o la maniobra. Desde luego, los títulos cortos son más fáciles de memorizar, y cuando alguien va a la librería tiene que dar el título del libro que quiere. Según Mercedes Salisachs (2003: 95), el cliente de una librería “busca instintivamente encabezamientos que impacten por su brevedad”; y no excluye a quien se considere “muy amante de la literatura”, pues “siempre arrastrará una gran dosis de pereza que le incitará a elegir encabezamientos que le impacten por su brevedad”. De todas formas, esta opinión quizás habría que tomarla con bastantes reservas.

Desde luego, la tendencia actual parece ser la brevedad, la economía, lo práctico. Así, nos recuerda Mariano Tudela (1991: 144) que, de la obra de Cela *Vísperas, festividad y octava de San Camilo del año 1936 en Madrid*, en la cubierta, “figura tan sólo, quizá para abreviar y no confundir al lector, *San Camilo, 1936*”.

En el lado contrario, tenemos un ejemplo muy interesante en el *Quijote*. Como advierte Francisco Rico (Cruz 2007: 8), el título original era *El ingenioso hidalgo de la Mancha*, “título con el que pide el permiso para publicar el libro. Y ése es el título que recuerda al final de la obra”. Pero la imprenta lo cambió a *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*: “Hacían un triángulo con el título, y si nos fijamos en la portada original y quitamos *Don Quijote*, sólo quedan dos líneas”, con lo que era imposible la estética triangular.

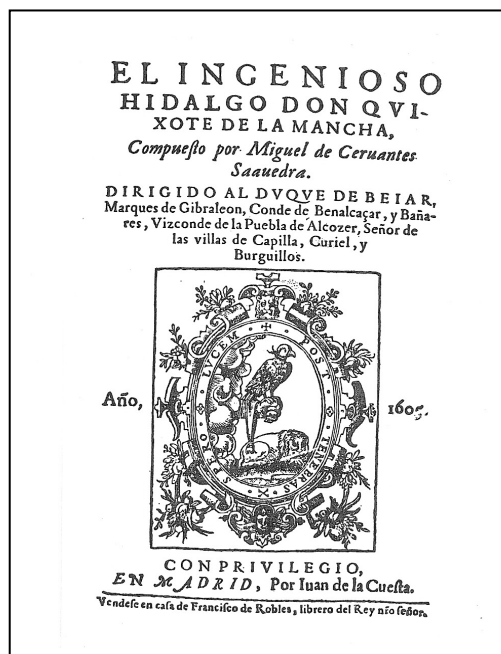


Foto 1. Portada de la primera ed. de “El Quijote” (1605)

Aunque el terreno del titular de prensa es diferente, hay coincidencias; y el título de un artículo «El corsé del titular», de Sebastián Serrano (2005: 16), donde se analiza un caso concreto, resulta muy significativo. Por su parte, López Cubino y López Sobrino (2002: 111), refiriéndose a los títulos de reportajes, consideran que “no deben superar las seis u ocho palabras”.

2.2) Grado de concreción: títulos concretos o generales. Importa que el título atraiga a un mayor número de compradores. Y parece que título general debería captar a un mayor número de lectores. A veces en la cubierta aparece un título general; y en el interior, el mismo título general, más un subtítulo que lo restringe y concreta considerablemente. Aunque también puede darse el caso contrario: de Inmaculada de la Fuente, *Mujeres de la posguerra. De Carmen la Foret a Rosa Chacel: historia de una generación*, en interior sólo figura la primera parte del título. Por tanto, el título externo convocará a las personas que quieran saber sólo sobre escritoras de posguerra, grupo más reducido dentro del general de las mujeres de la posguerra.

En la cubierta de *Tiempo de guerras perdidas* (1955), libro de memorias de Caballero Bonald, no figura el subtítulo: *La novela de la memoria, I*. La justificación puede ser doble: si un título es corto y poético, la portada queda más limpia y se capta de un vistazo; por otra parte, muchos lectores dudarán ante la compra de sólo la primera parte de una obra (aunque no sea una novela). Cuando en 2001, casi medio siglo después, apareció la segunda parte, *La novela de la memoria, II*, sólo llevará en la cubierta el título *La costumbre de vivir*, como pasó con la primera parte.

2.3) Destinatarios: títulos para todos o selectivos (para unos pocos). Este aspecto está bastante relacionado con el apartado anterior. Cuenta la novelista Mercedes Salisachs (2003: 95-96) que, al editar en francés su obra *La estación de las hojas amarillas*, el editor le cambió el adjetivo: *La estación de las hojas muertas*. La razón: “Tengo una hija daltónica”. La autora, sorprendida, luego reflexionó: «Su razonamiento era muy aceptable. El hecho de tener una hija daltónica le dio en pensar que acaso semejante anomalía pudiera también afectar a muchos lectores y, en consecuencia, el título de la obra podía suponer un lastre para la venta del libro». Cosas de editores.

Según comenta Vila-Matas (2000: 128), en un principio, la novela *El gran Gastby*, de Scot Fitzgerald, se iba a titular *Trimalcio in West Egg*, pero su «sensato editor se opuso rotundamente argumentando que el nombre de Trimalchio era impronunciable para la mayoría de los lectores».

A propósito de la publicación de *El camino a la realidad. Una guía completa de las leyes del Universo*, de Roger Penrose, comenta Pablo Jáuregui (2007: 37) que el título y el subtítulo le parecen “muy atrevidos”, pues “prometer al lector un camino para comprender la realidad, y una guía completa de las leyes del Universo suena un poco excesivo”; incluso el propio autor, en una entrevista, “reconoció que

el subtítulo fue una idea de su editor para atraer a potenciales lectores, y que a él le pareció exagerada”. En cuanto al título, “matizó que él no pretendía sugerir que la Física actual permita comprender la realidad, pero que al menos ofrece un mapa provisional bastante más fiable que los sistemas religiosos del pasado”.

David Lodge (2006: 287) nos informa, con respecto a su novela *How far can you gon?*, que los editores norteamericanos le convencieron que sustituye el título por *Souls and bodies (Almas y cuerpos)*, «arguyendo que en las librerías norteamericanas semejante título iría a parar a las estanterías de autoayuda, un argumento tonto al que siempre he lamentado haberme rendido».

2.4) Cortesía: títulos agresivos o corteses. Dependen del sistema de valores de la época, pero pueden verse títulos que atacan al lector, a su grupo (colectivo de mujeres, por ejemplo) o que atacan a otros. En el caso primero, ataque al lector, puede funcionar el humor; por ejemplo: *Informática para torpes*.

David Lodge (2006: 287) nos cuenta cómo *El buen soldado* de Ford Madox tenía como título primero *La historia más triste*; «pero se publicó en plena primera guerra mundial, y los editores le convencieron de que optara por un título menos deprimente, más patriótico».

Cuenta García Márquez que cuando envió su novela *La mala hora* a un concurso, se le olvidó poner el título, que no era precisamente el que acabamos de mencionar, sino otro mucho más agresivo: *Este pueblo de mierda*. La obra fue premiada sin título, en 1962 por un jurado presidido por el padre Félix Restrepo, presidente de la Real Academia Colombiana de la Lengua. Y nos aclara García Márquez (2004 I: 288):

El padre Restrepo se escandalizó al conocerlo [el título], y a través de Germán Vargas me pidió del modo más amable que lo cambiara por otro menos brutal, y más a tono con el clima del libro. Al cabo de muchos intercambios con él, me decidí por un título que tal vez no dijera mucho del drama, pero que le servía de bandera para navegar por los mares de la mojigatería: *La mala hora*.

Hoy los títulos, en España (ignoro lo que pase fuera) admite cualquier provocación. No vamos a dar ejemplos, pero muestra de la agresividad reinante puede ser el de Pérez-Reverte *Con ánimo de ofender (2001)*, un título no especialmente agresivo, pero que refleja la tónica de su contenido (los artículos que publica en *El Semanal*).

2.5) Conformismo: títulos que cuestionan el estatus o títulos neutros. Al editor le interesará navegar en una u otra corriente. Por ejemplo, Giovanni Sartori (premio Príncipe de Asturias de 2005, si no me equivoco) escribió un libro cuyo título original es *Homo videns. Televisione e post-pensiero (El hombre que ve: Televisión y post-pensamiento)*, un título que en nada cuestiona a la sociedad y que parece ir por los campos de la reflexión más fría. Sin embargo, en España, se tituló *Homo videns*.

La sociedad teledirigida. Título que engancha más porque resalta cierto victimismo (la sociedad atacada), o alarmismo (nos están manipulando), o culpabilización, y evita el intelectualismo que podría ligarse al término “post-pensamiento”. Por su parte, Enrique Lynch (2007: 5) se lamenta de que el Nobel sudafricano J. M. Cotzee «no tiene suerte con las traducciones españolas de sus títulos». Por ejemplo, su *Giving Offense: Essays on Censorschip* se publica en español bajo el título *Contra la censura: ensayos sobre la pasión por silenciar*, aunque «los ensayos reunidos son *sobre*, no “contra”, la censura. Una obviedad, por otra parte: ¿cabe imaginar que un premio Nobel escriba *a favor* de la censura?». Sin embargo, la objetividad de la preposición *sobre* es menos comercial que la agresividad de *contra*.

A veces hay que hacer lo contrario. Comenta el coreógrafo Rafael Bonachela (Gómez 2007: 36): «También he tenido que hacer un juego de palabras con la pieza que llevo a Cuba este mes. Se titula *Arsenal of Democracy*, pero les pareció muy atrevida y lo he cambiado por *Arsenal of Demon Crazy*».

2.6) Tabúes: títulos tabú o de ruptura. La muerte y ciertos términos pueden producir rechazo. Hoy, por ejemplo, se suele evitar la palabra *muerto* y se sustituye por *fallecido*, mas larga y de registro culto.

La novela de Martín Amis, publicada en un principio con el título de *Niños muertos* (1975), apareció luego como *Oscuros secretos*. Según David Lodge (2006: 286), porque el título «parece haber resultado demasiado chocante para sus primeros editores en bolsillo». Nosotros pensamos en el tabú de la muerte del título sustituido, y en el atractivo de la intriga del título sustituyente.

Mercedes Salisachs (2003: 99-100) comenta sobre su novela *La gangrena*, que, cuando se envió al premio Planeta, se titulaba *La caja negra*. Porque «uno de sus motivos principales consistía en realzar los problemas que generan las culpas “calladas” y las consecuencias que pueden derivarse de un desmedido afán de poder causado por la codicia y la envidia». Pero el editor le aconsejó desechar ese título porque se podría interpretar como “caja de muertos” (tabú de la muerte).

Sin embargo en el texto se menciona la idea de la “caja negra que cuando se producen desastres irreversibles conserva y protege las verdaderas causas de los cataclismos, sin que hasta el momento de abrirla puedan conocerse”. En aquella época, desde luego, la gente no estaba familiarizada, como hoy, con esa terminología. Hoy la maniobra nos resulta ingenua.

También cierta ingenuidad, propia de otra época, nos parece presente en las palabras de Savater (2003: 121) cuando refiere que decidió leer *El inmoralista*, de André Gide, “alentado sobre todo por el título”; hoy, seguramente, nos pasaría desapercibido.

Guelbenzu (2007: 7), al reseñar una novela de la italiana Goliarda Sapienza (1924-1996), *El arte del placer*, opina que «debió de [¿probabilidad u obligación?] haberse titulado *El arte de la libertad* porque toda la narración se justifica precisa-

mente en la conquista de la libertad y de la independencia de Modesta [la protagonista], aunque el placer forma parte de ella». Sin embargo, está claro el motivo de preferencia de la editorial.

2.7) Originalidad: títulos sorprendentes y títulos pautados. Hay títulos que, por su forma o contenido, enlazan con los conocimientos o patrones del lector, lo cual no es despreciable en el momento de comprar o leer un libro; sin embargo, la originalidad y la sorpresa a pocos dejan indiferentes. Ambas formas, pues, pueden ser comerciales: recordemos los productos que toman nombres similares a los consagrados, o los títulos que impactan por su novedad.

Susana Guerrero Salazar (2007: 237) se refiere a la frecuente utilización de frases hechas, refranes, clichés, etc., en el periodismo, incluidos los titulares, uso que «capta nuestra atención, ya que nos resulta agradable el reconocimiento de estos esquemas, los cuales, al formar parte del acervo popular, hacen el mensaje más cercano, expresivo y amenos».

José Luis Sampedro (2005:188) nos cuenta que, en la época en que escribía *El río que nos lleva*, se encontró con un señor que estaba comiendo una hogaza de pan sin otro acompañamiento, cortándola con una gran navaja, y que a la pregunta de “¿Qué, merendando?”, respondió: “Ya ve usted, pan y navaja”. Y comenta: «A mí la austeridad, la dureza de esa vida me pareció tan excesiva que, pensando en aquel hombre, quise titular mi novela *Pan y navaja*». Sin embargo, no pudo ser:

A don Manuel Aguilar, el editor, no le pareció bien [el título], lo tildó de tremendista, un adjetivo muy usado en aquella época y, como yo aún no estaba en condiciones de llevarle la contraria a un editor, pues lo cambié por *El río que nos lleva*, que también es buen título, pero sigo pensando que *Pan y navaja* era muy expresivo de la vida en esas tierras.

Un caso donde se copia y sorprende al mismo tiempo es el título *Devuélveme el rosario de mi madre y quédate con todo lo de Marx*, del argentino Jorge Díaz, obra que, según Parada (2006: 24), «fue calificada por la crítica como la mejor entre las estrenadas en el 2002, por encima de *No seré feliz, pero tengo marido*».

Sin embargo, López Cubino y López Sobrino (2002: 111), entre otros, consideran un error «apropiarse de frases y expresiones conocidas, como es el caso de los títulos de películas», aspecto que hemos tratado como caso de intertitularidad descortés (Fuente González 2001-2002: 188-189). Alex Grijelmo (2001: 477) cree que utilizar los títulos de películas (además, casi todos suelen echar mano de los mimos) indica “pereza mental, poca imaginación y escaso interés por lo informativo”; y aconseja «intentar que sea su frase [su título] la que repitan los demás; y no refritar una idea que ya circula». Se estudian y dan ejemplos de titulares pautados (sobre títulos de películas o en fraseología) en *El uso del lenguaje en la prensa escrita*, de Silvia Hurtado (2003: 63-79).

También Alex Grijelmo (2001: 472-477) enumera una serie de recursos para mejorar los titulares de prensa (aplicables, creemos, a cualquier título): la paradoja, el doble sentido, la antítesis, la metáfora y la hipérbole.

3. EL TÍTULO DEL LECTOR

El título, en una primera fase, es el motivo para emprender el camino de la lectura, si lo que promete conecta con el interés del lector. Es, pues, selectivo. Cumplida esta primera función, el título es predictivo y sirve de piedra de toque para construir la interpretación del texto, sobre la base de las isotopías.

Según cierto dicho, el que sabe lo que busca reconoce lo que encuentra. Y es que el título avisa al lector sobre lo que ofrece un texto, para que pueda identificarlo en el transcurso de la lectura. Por ello, si se cambia el título, se orientará al lector en otra dirección; o, simplemente, se le desorientará. Tal es el caso que vamos a ver aquí, aunque antes nos detendremos en algunas ideas generales sobre el proceso de lectura.

Aquí interesa lo que el título debe aportar para que la lectura sea la que pretende su autor. Digamos que es como el nombre o etiqueta de una medicina: sirve para identificar el remedio para un determinado problema. Quizás sirva para otros fines, de una manera colateral, pero es importante saber cuál es realmente el fin específico de un texto.

El proceso de lectura se podría resumir con las palabras de Isabel Solé (1992: 24): «predecir, verificar y construir una interpretación». Más concretamente: «Mediante las predicciones, aventuramos lo que puede ocurrir en el texto; gracias a su verificación, a través de los diversos índices [isotopías] existentes en el texto, podemos construir una interpretación, lo comprendemos» (Solé 1992: 27). Y es que la lectura, según Solé (1996, 85), «es un proceso continuo de elaboración de expectativas y predicciones que se van verificando». Para crear dichas expectativas son importantes varios factores; entre ellos, el género del texto —y el título, añadimos nosotros—, que, como afirma Solé, «nos hace esperar unos contenidos y no otros, nos permite actualizar ciertas estrategias y nos prepara para una lectura más ágil y productiva, y para una mejor comprensión». Podríamos decir que el título nos orientaría, aunque no siempre, sobre el contenido y, en ocasiones, sobre el género literario del texto.

Según Reis y Lopes (1996, 128), «la isotopía consiste fundamentalmente en la reiteración sintagmática de elementos semánticos idénticos, contiguos o equivalentes». En el proceso lector, las isotopías serían como mojones o señales de caminos que nos confirman si seguimos la ruta acertada y que no vamos a la deriva.

Y, sin más, vamos a pasar a describir los procesos y experiencias de lectura de tres textos: una obra de François Sagan, la última novela de García Márquez y un artículo de Vargas Llosa.

3.1. UNA OBRA DE FRANÇOISE SAGAN

Pretendemos describir los procesos de lectura, siempre hipotéticos, de tres lectores de una obra de Françoise Sagan. Se trata de un caso muy curioso, aunque aplicable a otras obras traducidas, ya que esta novela de la famosa autora francesa se puede leer, con resultados diferentes, por influencia de los títulos, según se trate de un lector español, francés o bilingüe.

3.1.1) La lectura de un lector español. El lector español, con la traducción de la editorial Noguer en las manos, se enfrenta al proceso de lectura, orientado por el título *Querida Sarah Bernhardt*. Veamos qué expectativas puede crearle.

A) En un principio, el lector podría pensar que la obra se centra en el aspecto amoroso. Tenemos el participio «querida» y, además, la cubierta reproduce un cuadro que supuestamente representa a Sarah recostada sobre una especie de diván. No es la *Olimpia* de Manet, claro; pero menos sugestivo resultaría si apareciera escalando una montaña o haciendo la compra del día.

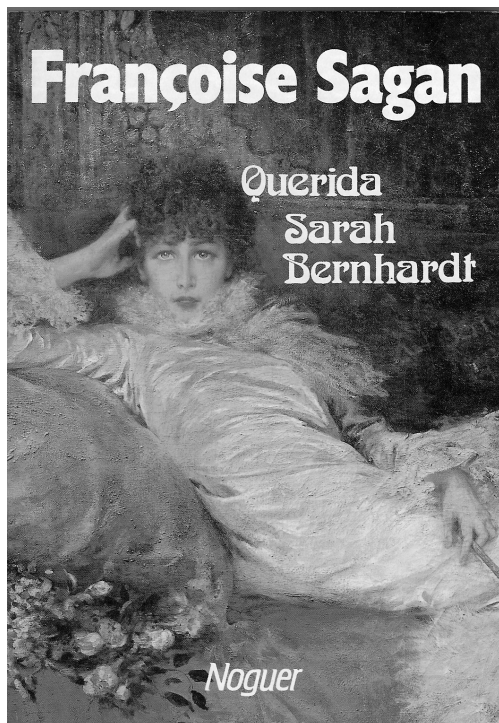


Foto 2. Cubierta de la edición española de “Querida Sarah Bernhardt”.

B) Si el lector pasa a la página 7, para iniciar la lectura, inmediatamente asocia el título a la forma normal de encabezar una carta. Precisamente la obra tiene estructura epistolar: se trata de una serie de cartas que se dirigen la autora, François Sagan, y Sarah Bernhardt. Sin embargo, lo más importante no es lo que pueda decir la novelista a la famosa actriz, sino lo contrario. Por tanto, quizás más exacto hubiera sido titularla *Querida Françoise Sagan*. Aunque esto crearía otros problemas.

C) Si el lector tiene una idea tópica sobre la turbulenta vida amorosa de las actrices, y si tiene una idea —machista o tópica— sobre los temas preferidos en las conversaciones de mujeres (trapos y vida sentimental), podría mantener la expectativa y pensar que esta obra toca sobre el tema amoroso.

En conclusión: el lector español puede crearse la expectativa de que va a asistir a confidencias sentimentales de dos francesas: una actriz del pasado y una novelista moderna. Con estas expectativas, se lanza a leer y a confirmar hipótesis. Como ya sabemos lo que busca el lector, veamos lo que encuentra. Y para ello, vamos a reproducir la primera página (en realidad, la 7) y a poner en negrita aquellas palabras o expresiones isotópicas que, en consonancia con sus expectativas, van a hacer que a nuestro lector se le encienda una lucecita roja mental.

Françoise Sagan a Sarah Bernhardt

Querida Sarah Bernhardt:

Creo haber leído casi todas las biografías, memorias, comentarios y tratados que actualmente pueden conseguirse, de usted y sobre usted, escritos desde su muerte. Desde hace, pues, más de sesenta años. Hubo muchos, de tonos muy diferentes, pero a partir de ellos no logro hacerme una idea, no de usted, que la tengo, sino de la trayectoria que pudiera asemejarse en algo a su existencia.

*Usted tuvo una existencia tan **secreta** como **escandalosa**, lo que no es poco decir —y lo que por otra parte admiro— pero gracias a la cual sus contemporáneos hablaban de usted con la veneración o la animadversión más extremas, es decir más anodinas.*

*¿Qué podemos extraer de las **habladurías** de Marie Colombier o de las hipérboles de Reynaldo Hahn? Nada. Nada de **muy humano**; y sin embargo, ahora que la he tratado un poco, usted me resulta extrañamente una de las **más humanas** de las mujeres célebres (o consideradas como tales en los veinte siglos de nuestro mundo). **Una de las más libres** también y, con mucho, la **más idolatrada**... Ninguna mujer lo fue tanto como usted ni durante tanto tiempo, ni tan universalmente, ni sobre todo, de modo tan /*

Interrumpimos aquí a nuestro lector español, justo terminada esta primera página de la obra. Ustedes pueden juzgar si lo señalado en negrita es porcentualmente suficiente para justificar el título. Hay que decir, sin embargo, que la expresión «Querida Sarah Bernhardt» sí que aparece repetida al inicio de la mitad de las cartas que componen el texto; y que, en principio, el libro sí trata el tema amoroso; pero habría que preguntarse si la autora del texto tiene como objetivo principal el que el lector conozca o se centre, fundamentalmente, en la vida amorosa de Sarah Bernhardt. La manera de saberlo sería a través de ciertos indicios que no nos da el título de la edición española, pero que podríamos descubrir en el transcurso del texto.

3.1.2) La lectura de un francés. El lector francés también tiene en sus manos la novela de Françoise Sagan, pero en la edición francesa y bajo otro título: *Sarah Bernhardt. Le rire incassable (S.B. El reír inalterable)*. Esto motiva otras expectativas y provoca otra lectura y otra interpretación del texto: su objetivo será ir comprobando a lo largo del libro, y a través de las isotopías, cómo, en la vida de la famosa actriz, la risa o la alegría fueron un factor importante. Veámoslo en concreto, y aunque lo adecuado sería utilizar ahora una edición en francés, seguiremos poniendo ejemplos de la edición española.

Nuestro lector francés ha pasado ya la página 8, justo donde dejamos al lector español. La verdad es que, en esa página (la 7), el lector francés nada ha encontrado, de momento, que responda a las expectativas del título francés, al contrario de lo que le sucedió al lector español; y prosigue la lectura:

*... abierto y en todo el esplendor y la **alegría** de su **gloria**. Pues confieso ya (en la medida en que puede confesarse un cumplido), que si elegí su vida para este libro fue en gran medida a causa de ello: de esa **alegría**, de esa **inalterable alegría** suya, que tanto sus detractores como sus admiradores le reconocen unánimemente.*

«Alegría inalterable». Nuestro lector se ha encontrado, en esta segunda página, con el título de la obra, por primera vez; aunque no será la última (aparecerá en otras páginas a lo largo del texto). Y continúa con la lectura del párrafo siguiente:

*¡Qué **júbilo** para los que creen posible el acuerdo de un ser humano con su destino y la unión de la **felicidad** con el gusto de la **felicidad**! ¡Qué alivio, en fin, para los que cien veces comprobaron con Madame de Staël que la «gloria es el **duelo** deslumbrante de la **felicidad**», pero que sólo se sintieron profundamente conmovidos o profundamente interesados por la demostración, tan rara, de lo contrario, por las excepciones a esa regla **cruel** y tonta que hace de la gloria un simple condimento de la **felicidad**!*

El lector francés llega hasta al final de esta primera carta de F. Sagan, e inicia la respuesta de Sarah Bernhardt, para detenerse en los párrafos segundo y tercero:

*Tiene usted razón en un punto: hice todo lo que pude por ser célebre y por seguir siéndolo. Me gustaba ser idolatrada; pero no porque mi gloria fuera **inalterable**, lo era también mi **alegría**, como usted dice, al menos eso es lo que creo. Mi **alegría** estaba en otra parte, delante de mí, precedía a mi vida.*

*Hasta hubo momentos en que me **reí** de mis fracasos; ¡no sé qué **insoportable risa** me acometía a veces, qué sentimiento de **burla** ante las catástrofes!*

A partir de aquí, y en diversas ocasiones a lo largo del libro, el lector francés localizará el tema de la alegría y de la risa. Si son suficientes como para justificar el título es otro problema que no queremos tocar; sin embargo, al final de la obra, lugar privilegiado y decisivo de muchos textos, encontramos la repetición del título.

Al contrario que el lector español, el francés puede confirmar, en las últimas palabras del texto, la teoría sobre la vida de Sarah Bernhardt que le adelantaba el título: lo fundamental es la alegría, la risa inalterable (no la vida amorosa). Y así figura en las líneas últimas del texto:

*Y sobre todo, créame, créame, ¡si es capaz, **ría!** **Ría** mucho porque, en verdad, si hay algún don más precioso que todos los demás es ese: una **risa inalterable...***

Así, con puntos suspensivos, una forma de enfatizar, encontramos, al final de la obra, el título del texto. Y con el título repetido, la hipótesis fundamental sobre la vida de Sarah Bernhardt, quien aconseja a F. Sagan no que ame (contra la hipótesis del lector español) sino que ría, como lo más importante de la vida.

Un factor que nos ha faltado, en este juego de lecturas hipotéticas, es la portada de la edición francesa, que desconocemos. Sin embargo, vamos a fijarnos en las fotos de S. Bernhardt incluidas en la edición española. Curiosamente, en ninguna aparece con semblante alegre sino serena simplemente. Pero, aparte de la foto macabra en su ataúd, dormida (tenía un ataúd en su cuarto y gustaba dormir en él); pues bien: aparte de esa foto, hay una en que muestra un semblante un tanto trágico (de una representación de *Macbeth*); y otra, un tanto melancólica, caracterizada de Pierrot. Por lo tanto, las fotos incluidas en el texto no parecen confirmar la hipótesis contenida en el título, sino que más bien parecen tener un fin informativo, neutro, sobre la vida y actividad teatrales de S. Bernhardt, por lo que podrían figurar en cualquier biografía, más o menos neutra, dedicada a la famosa actriz.

En la contracubierta de la edición española (seguramente traducida de la edición francesa) puede leerse que esta novela «nos muestra una Sarah más vivaz, más ardiente y más inalterablemente graciosa que la que conocíamos hasta ahora. Inalterablemente graciosa aun en los momentos más graves y trágicos de su vida». Sin embargo, lo de «inalterablemente graciosa», el uso del término *graciosa*, no nos parece un correlato afortunado del «reír inalterable» del título.

3.1.3) La lectura de un bilingüe. Este lector, que en definitiva vamos a ser usted y yo, cuenta con la posibilidad de hacer una doble y simultánea interpretación, al disponer de los dos títulos de la obra. Se trataría de un ejercicio de contraste entre la lectura del español y la del francés, con sus aciertos y sus fallos.

Según Reis y Lopes (1996, 129), un texto literario es portador de múltiples dimensiones significativas, lo que da la posibilidad de una lectura plural, basada en «el elenco de las diferentes isotopías, de los diferentes haces de significación que el texto potencialmente contiene». Así, aunque la vida amorosa de S. Bernhardt tiene su importancia en el texto, son en realidad más importantes las palabras e ideas (isotopías) que se relacionan con la alegría y la risa, y que pasarían más o menos incontroladas para la persona que no lee teniendo en cuenta el título francés (como fue el caso de nuestro lector español). Con ello, el texto podría considerarse fallido, ya que la teoría de Françoise Sagan sobre la vida de S. Bernhardt no es el amor sino la alegría.

Y finalizamos este apartado con el esquema de los tres tipos de lectura:

	LECTOR ESPAÑOL	LECTOR FRANCÉS	LECTOR BILINGÜE
TÍTULO	<i>Querida Sarah Bernhardt</i>	<i>Sarah Bernhardt. Le rire incassable</i>	<i>Querida Sarah Bernhardt</i> <i>Sarah Bernhardt. Le rire incassable</i>
OBJETIVO	Las isotopías de la vida amorosa .	Las isotopías del reír .	Las isotopías de la vida amorosa y las del reír
RESULTADOS	Satisfecho, pero con ciertas dudas.	Satisfecho, sabiendo que la novela tiene otras isotopías.	Contrasta la acción de ambos títulos en las dos lecturas.

3.2. LA ÚLTIMA NOVELA DE GARCÍA MÁRQUEZ

Como recordará el lector, se trata de *Memoria de mis putas tristes* (2004). Las expectativas que tal título podría despertar, en principio, serían los recuerdos de aventuras en un burdel. Incluso su mismo autor bromeó con el título al firmar autógrafos en Cartagena de Indias: «Ah, usted compró ese libro pornográfico» (Mora 2006: 41).

A principios del siglo XX, quizás este libro, por su título, habría sido considerado como un texto meramente sicalíptico (pornográfico), escrito por un cultivador de géneros de baja calidad y categoría (populares en aquella época). Desde luego, en España, no hubiera sido el libro típico de préstamo en una biblioteca pública, ni para que circulara bajo la firma de un premio Nobel (se hubiera publicado como anónimo o con pseudónimo). En la época franquista, habría sido un libro de venta y circulación clandestina.

Hoy, sin censura, y cuando los rasgos de cortesía verbal se han atenuado o esfumado, no parece escandalizar el que se utilicen ciertas palabras en títulos de obras y por autores de cierto prestigio.

Hasta aquí, nuestras reflexiones sin abrir el libro. Ahora lo abrimos y leemos la historia. Y vamos a detenernos en todo aquello que encontremos y podamos relacionar con los tres conceptos del título: los dos sustantivos (*memorias* y *putas*) y el adjetivo (*tristes*).

A) Memoria. Curiosamente, en el texto se hace referencia no a una sino a dos memorias. Esto crea cierta confusión pues resulta incoherente, según nuestra opinión. La primera memoria cronológicamente lleva el título *Memoria de mis putas tristes*.

Con respecto a este primer texto (esta primera memoria), afirma su nonagenario protagonista (G. Márquez 2004:17-18): «Alguna vez pensé que aquellas cuentas de camas serían un buen sustento para una relación de las miserias de mi vida extraviada, y el título me cayó del cielo: *Memoria de mis putas tristes*».

Además de este proyecto de memorias, existen otras cronológicamente posteriores: las que estamos leyendo. El escritor nos cuenta: «Dicho en romance crudo, soy un cabo de raza sin méritos ni brillo, que no tendría nada que legar a sus sobrevivientes de no haber sido por los hechos que me dispongo a referir como pueda en **esta memoria de mi gran amor**» (G. Márquez 2004: 12). Y más adelante se refiere al “primer amor de mi vida a los noventa años” (G. Márquez 2004:62).

En este momento, por tanto, el autor no trata de narrar sus aventuras de burdel, sino de escribir sobre su último gran amor. Más adelante afirma: «Escribo **esta memoria** en lo poco que queda de la biblioteca que fue de mis padres» (G. Márquez 2004: 35). Y cuando sólo quedan quince páginas de la obra, reproduce una cita, atribuida a Julio César: *Es imposible no terminar siendo como los otros creen que uno es*; y comenta: «Su fatalismo [el de la cita] aplicado al curso de mi vida en los meses siguientes fue lo que me dio la determinación que me hacía falta no sólo para escribir **esta memoria**, sino para empezarla sin pudores con el amor de Delgadina» (G. Márquez 2004: 93).

La pregunta que surge, por tanto, es que, si hay dos memorias y cada una toca temas diferentes, cuál es el motivo de que se llamen igual. En nuestra opinión, se puso este título porque se pensó que podía resultar comercial.

B) Putas. Haciendo caso omiso del plural, la catalogación de la protagonista femenina de la novela, como prostituta, o como puta (en su denominación más agresiva), habría que matizarla. Se trata de una niña de 14 años, con un montón de hermanos pequeños y con la madre enferma, que trabaja en una fábrica hasta la extenuación, y como un ocasional complemento, plantea la venta de su virginidad. Por otra parte, el nonagenario la idealiza y literaturiza llamándola Delgadina (víctima inocente del romancero); y, aparte de su final feliz, el protagonista se limitará al «placer solitario de velar el sueño de Delgadina» (G. Márquez 2004: 103).

C) Tristes. Quizás en este adjetivo haya un juego irónico con respecto a la denominación *mujeres de la vida alegre*. Por otra parte, este calificativo (o la isotopía de la tristeza) se asocia más con el protagonista masculino, que con las prostitutas.

Así, vemos que la dueña del burdel le llama “sabio **triste**“, al menos en tres ocasiones (G. Márquez 2004: 9, 97 y 109). Sus alumnos de Literatura le habían puesto de mote “Profesor **Mustio** Collado“, tomado de un verso de la “Epístola moral a Fabio“, por la que mostraba gran admiración (G. Márquez 2004: 19). Un último detalle: «El médico me hizo una sonrisa **de lástima**» (G. Márquez 2004: 14).

Además, vemos que el mismo protagonista se lo aplica a sí mismo. Así, al mirarse al espejo, afirma que el «que me miró desde el otro lado [del espejo] no estaba muerto sino **lúgubre**» (G. Márquez 2004: 30). Cuando está escribiendo su artículo para la prensa tiene que hacer grandes esfuerzos para que no «se me notara el **llanto**» (G. Márquez 2004: 43). En otras páginas: «Tuve que tragarme **las lágrimas**, cuando cantaron el brindis» (G. Márquez 2004: 44); «Tuve que reprimirme para que no se me notara la emoción impúdica que me apremiaba **las lágrimas**» (G. Márquez 2004: 52); «**Sentí en la garganta un nudo gordiano** de todos los amores que pudieron haber sido y no fueron» (G. Márquez 2004: 54).

Por otra parte, es cierto que el comienzo de la historia no se caracteriza por la alegría: «Los síntomas del amanecer [del cumpleaños] habían sido perfectos para **no ser feliz**» (G. Márquez 2004: 12); pero esa tristeza se cambiará en esperanza y alegría.

Vamos a ver algunas muestras. Muy al principio, afirma: «Aquél fue el inicio de una nueva vida cuando la mayoría de los mortales están muertos» (G. Márquez 2004: 10). Más adelante: «La casa renacía de sus cenizas y yo navegaba en el amor de Delgadina con una intensidad y **una dicha que nunca conocí en mi vida anterior**» (García Márquez 2004: 65). Al probar la bicicleta que le va a regalar a Delgadina, a pesar de sus noventa años, “me sentí colmado por un **gozo radiante**”, afirma

(G. Márquez 2004: 72). Luego escribirá una nota en el periódico bajo el título «Cómo ser feliz en bicicleta a los noventa años». Aunque la noche de Año Nuevo, Delgadina la pasa con su familia, el protagonista lo acepta de buen grado: «Me quedé en mi casa y en mi cama desde las ocho, y me dormí **sin amarguras. Fui feliz**, porque al toque de las doce, entre los repiques furiosos de las campanas, las sirena de fábricas y bomberos, los lamentos de los buques, las descargas de pólvora, los cohetes, sentí que Delgadina entró en punta de pies, se acostó a mi lado y me dio un beso» (G. Márquez 2004: 74). En otros encuentros, mientras ella está dormida, le lee fragmentos literarios: «Me sentía **tan feliz**, que la besaba en los párpados, muy suave, y una noche ocurrió como una luz en el cielo: sonrió por primera vez». Finalmente, a pesar del mal sabor del título y del ambiente decadente de gran parte de la obra, su desenlace rebosa esperanza de amor futuro y larga vida.

Vemos, pues, que ninguno de los tres elementos del título (*memoria, putas y tristes*) casan perfectamente con su contenido. Así que puede resultar un tanto desconcertante para el lector. Para crear las expectativas adecuadas quizás iría mejor un título que se refiriera simplemente a la relación entre los protagonistas, el nonagenario y la niña Delgadina. Claro que esta posibilidad de título, más referencial que sugestivo, no es la única, ni mucho menos.

3.3) UN ARTÍCULO DE OPINIÓN DE VARGAS LLOSA

A raíz de las elecciones en Chile del año 2006, Vargas Llosa (2006: 15-16) publicó el artículo «Bostezos chilenos». El título parece descortés, aunque podría preverse su justificación como ironía, a lo que habrían podido ayudar, sin duda, los signos de puntuación (comillas o puntos suspensivos, por ejemplo). La palabra *bostezo* tiene un valor negativo de aburrimiento, lo que la sitúa, por tanto, en el campo contrario al del halago, objetivo real del artículo de Vargas Llosa. Curiosamente, la palabra *bostezo* no aparece ni una sola vez a lo largo del texto, ni siquiera al final (lugar decisivo). Sin embargo, esto tampoco es necesariamente significativo para determinar la autoría del título (Vargas Llosa o alguien encargado por el periódico en que se publicó).

Examinado ya el título y las sugerencias o expectativas que provoca (de agresividad), pasamos al texto. En el primer párrafo, Vargas Llosa afirma, tras las elecciones:

haber experimentado, además de cierta **envidia**, una considerable **sorpresa**. Aunque no sea aún un país del primer mundo, y le falte bastante para serlo, Chile ya no es un país subdesarrollado. ¿Era aquello un país latinoamericano? La verdad es que esa competencia electoral parecía una de aquellas **aburridas** justas cívicas en que los suizos o los suecos cambian o confirman cada cierto número de años a sus gobiernos, mucho más que una elección tercermundista, en la que un país se juega en las ánforas el modelo político, la organización social y, a menudo, hasta la simple supervivencia.

Hay una alusión al *dormir* (campo o isotopía del sueño), pero que no tiene que ver exactamente con el aburrimiento sino con cierta dejadez confiada: «Pese a todos estos indicios promisorios, Chile no puede **dormirse** sobre sus laureles si quiere seguir progresando».

A continuación se refiere a los vecinos geográficos de Chile (Perú y Bolivia) y a las ventajas de una buena relación en el terreno comercial y energético (gas boliviano). Inmediatamente se introduce en el inquietante terreno de lo bélico: «Chile es el país que **más** gasta en **armamento** en América del Sur y sólo en el gobierno de Lagos se han invertido **dos mil quinientos millones** de dólares en equipos **militares**». No parece, por lo tanto, que Chile “bostece”. Y a continuación llega el párrafo final del artículo, con el contraste irónico entre Chile y el resto de los hispanoamericanos:

Comparado con sus vecinos, el **civilizado Chile** de nuestros días es **muy aburrido**. Nosotros, en cambio, los peruanos, los bolivianos, los argentinos, los ecuatorianos, **vivimos peligrosamente** y **no nos aburriríamos nunca**. Por eso nos va como nos va. ¡Quién como los chilenos que ahora buscan **experiencias fuertes** en la **literatura**, en el **cine**, en el **deporte** en vez de la política.

Este artículo, pues, representa otra modalidad de título y de lectura: el paradójico, antitético o irónico. Se trata, pues, de otro caso de relación entre el lector, el texto y el título. Lo acertado o no de este título irónico es otro asunto que dilucidará cada lector individualmente.

III. CONCLUSIONES

• LOS TRES ENEMIGOS “PERSONALES” DE LOS TÍTULOS

Después de este recorrido, resultan lógicas ciertas reflexiones sobre lo que es la lectura, la importancia de los títulos y las consecuencias de su manipulación. Y es que el título, tan importante para la descodificación, está sujeto a manipulaciones por parte de autores, de editores e, incluso, de los mismos lectores. Veámoslo.

En primer lugar, no todos los autores tienen muy claro lo que pretenden con su escrito ni el papel que puede cumplir el título (el título es multifuncional). Incluso puede que no sepan ponerlo o no quieran arriesgarse a escoger el título más adecuado: hay autores que, no sabemos si por pereza o responsabilidad, consultan a amigos con más práctica o habilidad. Además, los editores manipulan los títulos, con vistas al mercado, y se desprecupan de los problemas que puedan crearle al lector como descodificador que es. En definitiva, se trata de la adecuación entre el título y el contenido del texto.

Adoración Quintero (1998: 196), siguiendo a Van Dijk, diferencia entre *información textualmente importante* e *información contextualmente importante*. La información textualmente importante está determinada por el autor del texto, y ello quizás más en el texto que en el título, ya que no siempre el autor del texto lo es del título. Por ello, habría que buscarlo más en la obra en sí que en el título. La información contextualmente importante es «la que el lector considera importante en función de sus razones personales (interés, experiencia, objetivo específico, etc.)». Nosotros añadiríamos un tercer tipo: *la información importante comercialmente*. Sería la que predomina en los títulos impuestos por las editoriales, y estaría a medio camino entre la información que ofrece el texto y la que pueda buscar un considerable número de lectores. Así, los títulos serían prefijados por el editor basándose en los intereses o necesidades básicos que explota la publicidad.

Finalmente, y con respecto al lector, hay que tener en cuenta que todo lo anterior le puede causar experiencias frustrantes, y los lectores avisados pueden llegar a inmunizarse ante los títulos (“A otro perro con ese hueso”) y pueden acabar por no darles la importancia que deberían.

Como puede verse, los títulos corren demasiados riesgos. A propósito de un cuento que normalmente circula con los títulos de «Simbad el marino» o «Los viajes de Simbad», y cuyo título original es «Simbad el marino y Simbad el cargador», advierte Bruno Bettelheim (1992, 128):

Este relato nos muestra lo poco que comprenden de lo que es esencial en una historia, los que la privan de su título original. Los nombres cambiados [«Simbad el marino» y «Los viajes de Simbad»] ponen énfasis en el contenido fantástico de la historia, en detrimento de su significado psicológico. El título real sugiere inmediatamente que la historia trata de los dos aspectos contradictorios de una persona: el que la impulsa a huir hacia un mundo fantástico, y el que la mantiene atada a la vida cotidiana, su ello y su yo, la manifestación del principio de la realidad y la del principio del placer.

El que sabe lo que busca, reconoce lo que encuentra. Pero los títulos son manipulados sin escrúpulo, y ello hace que el objetivo fundamental de muchos textos sea falseado, y que los resultados de la lectura no sean los adecuados.

• TÍTULOS FALSOS PARA UN MUNDO FALSO

Los títulos del autor, del editor y del lector (los tres títulos de un texto, los que estudiamos al principio de este artículo) confluyen, al final, en lo que acaba siendo y será definitivamente el título del texto. Cuál debió ser resulta asunto para especuladores o detectives. Y ahí tenemos al lector, beneficiario o víctima de la trama (por no hablar del texto mismo, también víctima él mismo).

Todo título, como cualquier acto de comunicación, es complejo; y más todavía, si detrás de él hay más de un emisor y confluyen intereses tan diferentes. Por

otra parte, nuestro mundo cultiva, según parece, el arte de dar gato por libre, en todo; y no es fraude intrascendente que alguien se dedique a manipular los títulos.

• LA LECTURA SABOTEADA

Podríamos afirmar, con Kunz (1997: 204-205), que entender un texto (él se refiere solamente a las novelas) «puede equivaler a comprender por qué lleva tal título y no otro, y a menudo se logra una buena interpretación del conjunto de una obra literaria subsumiendo toda la lectura a la fuerza cohesiva del título».

La pregunta es inevitable: qué sucede si nos cambian los títulos. La respuesta parece evidente: nos sabotean la lectura.

BIBLIOGRAFÍA

- ALPUENTE, Moncho (2006). «"Fast books": leer y tirar». *Babelia*, (nº 767), 5 de agosto, p.2.
- BETTELHEIM, Bruno (1992). *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. Barcelona: Crítica.
- CABALLERO BONALD, Juan Manuel (1995): *Tiempo de guerras perdidas. La novela de la memoria, II*. Barcelona: Anagrama.
- ___ (2001): *La costumbre de vivir. La novela de la memoria, II*. Madrid: Alfaguara.
- CONTE, Rafael (2002): "Caballero peruano". *Babelia*, (nº 547), 18 de mayo, p. 8.
- CRUZ, Juan (2006): «Una mirada propia». *El País Semanal* (nº 1558), 6 de agosto, p. 40-41.
- ___ (2007): "¡Dios no quiera que aparezca el manuscrito del *Quijote*". *Domingo (El País)*, 22 de abril, pp. 8-9.
- FUENTE, Inmaculada de la (2002): *Mujeres de la posguerra. De Carmen la Foret a Rosa Chacel: historia de una generación*. Barcelona: Planeta.
- FUENTE GONZÁLEZ, Miguel Ángel de la (2001-2002): «Los títulos y las leyes de cortesía verbal». *Tabanque*, nº 16, pp. 171-192.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel (2004): *Memoria de mis putas tristes*. Barcelona: Mondadori.
- ___ (2004 I): *Vivir para contarla (I)*. Barcelona: Mondadori y RBA.
- ___ (2004 II): *Vivir para contarla (II)*. Barcelona: Mondadori y RBA.
- GÓMEZ, Lourdes (2007): "Rafael Bonachela". *El País*, 12 de agosto, p. 36.
- GRIJELMO, Alex (2001): *El estilo periodístico*. Madrid: Taurus.
- GUELBEZU, José Mª (2007): "Secretos de la astucia". *Babelia* (nº 797), 3 de marzo, p. 7.
- GUERRERO SALAZAR, Susana (2007): *La creatividad en el lenguaje periodístico*. Madrid: Cátedra.
- HURTADO GONZÁLEZ, Silvia (2003): *El uso del lenguaje en la prensa escrita*, Valladolid: Universidad de Valladolid.
- JÁUREGUI, Pablo (2007): "Un monumental repaso a las leyes de la Física". *El Mundo*, 23 de abril, p. 37.
- KUNZ, Marco (1997): *El final de la novela. Teoría, técnica y análisis del cierre en la literatura moderna en lengua española*. Madrid: Gredos.

- LODGE, David (2006): *El arte de la ficción*. Barcelona: Península.
- LYNCH, Enrique (2007): "Respetar los títulos". *Babelia* (nº 820), 11 de agosto, p. 5.
- MARTÍ FONT (2006): "Matar acaba matando el alma". *El País*, 15 de enero, p. 44.
- MORA, Rosa (2006): "La felicidad de Laura Restrepo". *El País*, 29 de enero, p. 41.
- PARADA, Luis Ignacio (2006): "Devuélveme el rosario de mi madre". *El Norte de Castilla*, 24 de enero, p. 24.
- PÉREZ-REVERTE, Arturo (2001): *Con ánimo de ofender (1998-2001)*. Madrid: Alfaguara.
- PRADO, Benjamín (2001): *Los nombres de Antígona*. Madrid: Aguilar.
- QUINTERO, Anunciación (1998): "Aprendiendo a construir el significado. El tema, la idea principal y la idea global", en *Cultura y Educación* 11-12, pp. 195-218.
- REIS, Carlos y A. C. M. LOPES (1996): *Diccionario de narratología*. Salamanca: Ed. Colegio de España.
- SAGAN, Françoise (1990): *Querida Sarah Bernhardt*, Barcelona: Mogueer.
- SALISACHS, Mercedes (2003): *La palabra escrita*. Barcelona: Ediciones B.
- SAMPEDRO, José Luis (2005): *Escribir es vivir*. Barcelona: Areté.
- SARTORI, Giovanni (2003): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Traducción de Ana Díez Solar. Madrid: Taurus.
- SAVATER, Fernando (2003): *El valor de elegir*. Barcelona: Ariel.
- SERRANO, Sebastián (2005): "El corsé del titular", *El País*, 9 de octubre, p. 16.
- SOLÉ, Isabel (1992): *Estrategias de lectura*. Barcelona: Graó.
- TUDELA, Mariano (1991): *Camilo José Cela*. Madrid: Grupo Libro 88.
- UVEDA DE ROBLEDO, Epifanía; y VACCARO, Alejandro (2004): *El señor Borges*, Barcelona: Edhasa.
- VILA-MATAS, Enrique (2000): *Desde la ciudad nerviosa*. Madrid: Alfaguara.
- VIVAS, Ángel (2007): "José Manuel Sánchez Ron: La ciencia con rostro humano". *Muface* 207, julio-agosto, pp. 42-43.